

老字号
春秋 12

到宁波旅游，鼓楼是必经之地，这里既有宁波仅存的古城楼遗址，还有数不尽的地方特色小吃。

沿着静谧的镇明路往北走到头，街口有一栋六层高的小楼，楼身挂满了各式各样的招牌，这栋小楼真正的主人，低调地深藏其中——创建于1851年的中华老字号升阳泰。

记者 林旻/文 崔引/摄

金字招牌的由来

1

鸦片战争以后，宁波被列为五口通商口岸之一，洋货纷纷涌进宁波市场。为了抵制洋货，一些富有民族精神的宁波商人和官员开办了一批以经营民族地方商品为主的店铺和加工作坊。

清朝咸丰年间（1851年），时任宁波知府的华少湖创建了以经营南北果品的“升阳泰”，取义“日升三阳而开泰”，寓意兴旺平安。因为货真价实，老板真诚可信，升阳泰的产品在市场上颇具口碑，与当时灵桥门的“大同”、“大有”，东门口的“董生阳”并称为宁波南货经营的四大家族。几代升阳泰人都将产品和信誉当作生存之根本，于是产业越做越大。

解放初，一个叫葛来潮的宁波人将升阳泰买下，成为最后一任私营业主。葛来潮原先是灵桥旁边“兆丰南货铺”的掌柜，经过苦心经营，生意红红火火。当时听说宁波城中南货行业名气响亮的“升阳泰”因为几个股东移居海外而有意转让，葛来潮便把“兆丰”卖掉，凑上家里的积蓄，用200银元的代价盘下了“升阳泰”，经过夫妻俩的打理，继续前店后场的经营模式，店堂销售宁式糕点、调味酱品及南北果品，后场根据祖传的配方生产各式糕点，生意兴隆，一直持续到1956年公私合营。当时的宁波市民有一句口头禅——“升阳泰黄沙也能卖三年”，意思是升阳泰这个金字招牌，信誉好，即使把黄沙当作黄糖卖，也能卖三年。虽然是夸张的说法，但可见大家对升阳泰的信任。

面对冲击不断转型

2

“升阳泰从开办以来，就是以经营宁式糕点和南北果品为主的，年糕、水绿豆糕、洋钱饼、宁式月饼等地方特色的食品，符合很多老宁波人的口味。”从1976年就进入升阳泰工作的孙女士，三十多年来陪着这个老字号品牌经历一次次的巨变。

在宁波所有的老字号品牌中，升阳泰是为数不多依然坚守原址的。老宁波人一定还记得，旧时店面是以石库门、大木门为主，鼓楼对面的升阳泰一直被宁波人视为地标性的地方。

“1985年，中山路拓宽工程，升阳泰原建筑被拆，当时升阳泰上属公司自筹资金，在原址恢复重建，变成了六层高的大厦，升阳泰得以在原址继续生存。”1987年初升阳泰重新开业，营业面积达到1200平方米，除了保持原有的南北果品、传统糕点的经营特色外，还增加了百货、日用品等、咖啡厅等经营项目，一跃成为当时宁波市区最具影响力的有地方传统特色的老字号综合商场之一。

1992年升阳泰商场又一次迎来发展机会，与升阳泰一墙之隔的宁波第一糕点食品厂与升阳泰商场同属一个公司，当时公司领导大手笔决策，将食品厂腾搬，经营面积和范围进一步拓展，从传统食品到日用百货，从家用电器到服装鞋帽，箱包工艺、传统小吃等等，几乎百货公司有的东西在升阳泰都能找到。同时，三楼由香港商人投资，开出了当时在宁波市区少见的高品质的“帝豪夜总会”，在升阳泰商场，可谓吃喝玩乐一应俱全，就这样，升阳泰从一家卖传统特产的副食品商场转型为一家有一定影响力的综合商店，对于升阳泰的这次转变，宁波市民也十分买账，当时，“让升阳泰走进千家万户，让千家万户走进升阳泰”这句广告语在宁波市民中也颇有影响力。

“上世纪末，整个宁波的商业业态发生了巨大的改变。三江超市出现了，麦德龙来了，对传统的百货商店冲击非常大。”自选式的销售模式让消费者耳目一新，悄然改变了宁波人固有的消费模式，也让传统百货业步履维艰。



升阳泰的百年风雨



升阳泰里销售的宁波特产琳琅满目。

好事多磨的老字号之路

3

在宁波档案馆收藏的早期宁波商户注册商标中，有一张来自1946年的糕点礼盒包装，虽然时隔半个世纪，画面上的鲜艳的色彩和栩栩如生的公鸡报鸣造型十分醒目。这是升阳泰生产的“晨鸡牌”食品，包括了鸡蛋糕、白果糕、水晶月饼、苔菜月饼等众多宁式茶食。从包装上看，当时宁波的电话号码为三位数，并使用繁体字，以此推算，使用该包装的时间大概在1946年至1949年之间，说明“升阳泰”这个品牌，在解放前就已经使用了。

2001年9月，为了在选择众多的百货业突围，升阳泰再次进行了内部转型：从一家综合型商场变为特产商场。正式更名为“升阳泰宁波特产商场”，专营宁波特产食品和旅游纪念品。同年，被命名为“宁波市旅游定点接待单位”，定位为宁波土特产的专营店，重点面向前来宁波旅游的外地游客。

对传统文化的挖掘整理也让这个百年老字号重新焕发生机，“状元糕”“平安糕”“财神糕”“吉祥糕”等带有好彩头的糕点推出，吸引了许多老宁波人前来购买。在孙女士的印象里，2005年，因为跨海大桥的开通，升阳泰也沾了喜气，“很多外地人不知道去哪里买特产，我们就把特产都集中到升阳泰来。很长一段时间，站在店门口会看到很多导游举着小旗子进进出出。”

2002年至2004年，升阳泰的销售额和利润实现逐年增长，2004年销售额为806万元。升阳泰生产的宁波传统糕点和农家系列产品还进入到长发商厦、新华联商厦等商店进行专柜销售。

2006年，宁波市有8家企业参评商务部的首批中华老字号，仅有升阳泰和楼茂记入围，主要问题就是老字号对商标注册不重视，被刷下来的6家老字号有一半没有自己的商标。说起来，升阳泰还经历过一次“商标保卫战”，“过去大家对商标并不重视，1995年的时候升阳泰被宁波另外一家公司抢注了，后来几经波折才又买回来。这才保住了老字号。”



1946年的升阳泰糕点礼盒包装。

传统口味 要坚守也要创新

4

“宁波南货六大家，大同大有董生阳，方怡和加升阳泰，还有江东怡泰祥。”这几句在坊间广为传唱的民谚，见证了宁波南货业的辉煌时期。大同、大有的双喜饼、苔菜月饼、酱油瓜子、水晶油包，董生阳的橘饼，方怡和的香干，升阳泰的苔生片、椒盐香糕，怡泰祥的蛋糕等都闻名遐迩。

每年中秋，升阳泰都会推出特色的“宁式月饼”和“苏式月饼”，今年也不例外。在一楼卖场的人口处早早地摆放出霉干菜、苔菜、鲜肉、椒盐等口味。

宁式糕点选料考究，加工精细，其中以苔菜为辅料的糕点，色香味更是独特。升阳泰的苔生片、苔菜千层酥、苔菜月饼、苔菜油赞子等都颇具特色。以苔菜月饼为例，选用优质的东海苔条作为主料，配以本地的小磨芝麻油，外加芝麻、瓜子仁、胡桃仁等辅料。除此之外，还有区别于传统的木糖醇无糖月饼，专供糖尿病人食用。

虽然升阳泰的传统糕点在宁波民间有口皆碑，但在2002年之前，其实在口味上一直留有遗憾。为此商场领导们走访了不少老员工，却迟迟找不到突破口。2002年，葛来潮的遗孀、99岁高龄的夏和风老人，在临终之际把祖传的糕点制作配方和其他资料，全部无偿捐献给了升阳泰商场。升阳泰根据老人提供的配方和资料，生产出的系列特色糕点终于在半个世纪之后回归“原味”。

略有遗憾的是，现在去升阳泰，要从如家快捷酒店的大门进去，才能看见历经百年的金字招牌蜗居其中。升阳泰旗下近8000平方米的物业，近年来营业面积一再缩小，如今只占了100平方米左右。“从实际出发，这个面积够用了。虽然经营范围在缩小，但升阳泰的传统产品都还在，企业的核心价值也在。”比起诸多老字号生存窘迫的现状，升阳泰将外租场地变成了另一种生存之道。